

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin cepat akan mendorong kemajuan serta perkembangan dunia usaha, sehingga persaingan akan semakin tajam dan kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan dalam memasarkan produknya harus lebih aktif dan kreatif serta inovatif untuk merebut pelanggan yang semakin kritis. Pada saat ini kesadaran warga masyarakat untuk menggunakan produk buatan lokal membawa dampak positif terhadap perkembangan industri kerajinan batik, khususnya di kota Kudus. Bahkan saat ini pemerintah daerah menetapkan peraturan bagi pegawainya untuk menggunakan produk lokal yaitu batik pada hari kerja tertentu. Produk batik menjadi trend dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, bahkan industri kerajinan batik mampu memberikan kontribusi dalam perekonomian kota Kudus. Perubahan selera konsumen saat ini memberikan peluang kepada produsen batik untuk meningkatkan omset penjualannya dan juga menciptakan kreativitas untuk selalu menciptakan produk-produk batik yang dapat memenuhi selera konsumen dengan melakukan inovasi-inovasi produknya. Produk batik adalah produk asli bangsa Indonesia yang harus kita lestarikan dan menjadi produk unggulan di kota Kudus, bahkan memberikan peluang besar bagi produsen produk batik yang dapat memperluas wilayah pemasarannya.

Salah satu cara keberhasilan suatu usaha agar dapat mempertahankan eksistensi adalah dengan mempertahankan kualitas produk. Dewasa ini orang selalu

mendasarkan diri pada system yang menjamin kualitas, yaitu system yang terdiri dari kebijaksanaan, prosedur, dan pedoman yang membentuk dan memelihara standar tertentu kualitas produk, dengan adanya perkembangan cara dan gaya hidup, industri kerajinan batik yang bersaing untuk mendapatkan pengakuan terbaik, simpati, kepercayaan, dan image dari konsumen terutama dalam hal kualitas produk. Kualitas dalam era globalisasi telah menjadi harapan dan keinginan semua orang khususnya pelanggan. Oleh karena itu pihak produsen harus berusaha mengembangkan konsepsi dan teknologi kualitas sejalan dengan trend globalisasi.

Inovasi adalah pengenalan penemuan-penemuan baru atau menyebarkan makna penemuan baru tersebut ke dalam penggunaan umum di masyarakat (Richards dan Wilson, 2012:6). Inovasi produk bukan harus datang dari pimpinan puncak saja tetapi tanggungjawab semua pihak yang terlibat dalam proses produksi. Inovasi mengandung arti pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Hamel (2010:419) mengatakan bahwa strategi inovasi bukan tugas manajemen puncak saja, tetapi setiap orang bisa membantu membangun strategi inovatif. Inovasi sama dengan konsep-konsep bisnis yang sama sekali baru dan merupakan investasi. Inovasi motif dan produk pada industri batik cenderung lebih banyak muncul dari pengrajin sendiri, karena pengrajin secara intens dan teknis memahami tentang motif-motif yang layak dimodifikasi. Kemungkinan lain adalah inovasi dirancang oleh desainer baik dari dalam maupun dari luar kelompok pengrajin.

Menurut Kotler dan Keller (2012), gaya hidup merupakan suatu pola hidup yang dilihat dari bagaimana cara seseorang menghabiskan waktu serta uang mereka. Gaya hidup bersifat fleksibel mengikuti dengan perubahan jaman yang ada. Gaya

hidup cenderung lebih bersifat kompleks dibandingkan dengan kepribadian, sehingga seringkali gaya hidup digunakan sebagai tolok ukur pemasar guna pentargetan barang produksinya (Krishnan, 2011). Dalam keputusan pembelian, gaya hidup termasuk kedalam faktor pribadi pada saat konsumen mengambil keputusan beli. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler dan Keller, 2012), yang artinya bahwa gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang itu sebenarnya. Misalnya, seorang wanita yang mencerminkan dirinya sebagai sosialita, maka dalam kehidupan sehari-harinya, ia cenderung menggunakan barang mewah, mengikuti banyak kegiatan amal, dan ikut dalam organisasi-organisasi bergengsi. Setiap individu dapat memilih gaya hidup yang diinginkannya.

Research gap penelitian ini yakni Robani Wahyu Ulkhusna, 2016, menyimpulkan Gaya Hidup berpengaruh positif dengan keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Venny Rizky Amelia Aziz (2015) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara gaya hidup dan keputusan pembelian. Alasan peneliti mengambil objek pada Muria Batik Kudus karena peneliti melihat fenomena saat ini dimana produk batik mulai tergerus oleh era modernisasi. Permasalahan yang terjadi antara lain adalah banyaknya produk-produk yang lama terjual karena pelanggan merasa produk tersebut mempunyai kualitas yang belum maksimal. Kurang adanya inovasi produk berupa penggalan ide-ide seperti motif dan corak menyebabkan pelanggan mencari motif lain di pengrajin lain. Perkembangan gaya hidup yang sangat cepat, menyebabkan batik Muria Kudus kesulitan mencari motif-motif lain yang digemari oleh pelanggan. Ada sebanyak 15 motif batik khas dari Kabupaten Kudus yang telah dipaten

adalah motif kapal kandas, busana kelir hasil reproduksi, pakis haji muria, pari joto, ornamen kaligrafi, merak kateliu, merak pelataran, dan biji mentimun. selain itu, ada pula motif batik buket beras kecer, dlorong buketan, sekar jagad, ayam malah, lunglungan, serta “air plan” dan jangkar hasil reproduksi.

Tabel 1.1
Data Penjualan Kain Batik di Muria Batik Kudus Tahun 2017

No	Bulan	Jumlah	Persentase
1	Januari	290	-
2	Februari	370	28%
3	Maret	397	7%
4	April	363	-9%
5	Mei	393	8%
6	Juni	395	1%
7	Juli	399	1%
8	Agustus	400	0%
9	September	396	(1) %
10	Oktober	359	(9) %
11	November	317	(12) %
12	Desember	312	(1)%

Sumber : Batik Muria Kudus, 2017.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa selama empat bulan terakhir penjualan kain batik di Muria Batik Kudus secara fluktuatif mengalami penurunan, dengan penurunan tertinggi yakni pada bulan November turun 12% dari total penjualan. Uraian Latar Belakang di atas melatarbelakangi peneliti mengambil judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MURIA BATIK KUDUS.**

1.2. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut ini.

1. Variabel independen adalah kualitas produk, inovasi produk, gaya hidup terhadap variabel dependen keputusan pembelian.
2. Obyek penelitian pada usaha Muria Batik Kudus.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen membeli produk pada Muria Batik Kudus.
4. Penelitian dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui (jadwal terlampir).
5. Penelitian dilakukan selama bulan Maret-Juni 2018.

1.3. Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi antara lain adalah banyaknya produk-produk yang lama terjual karena pelanggan merasa produk tersebut mempunyai kualitas yang belum maksimal. Kurang adanya inovasi produk berupa penggalan ide-ide seperti motif dan corak menyebabkan pelanggan mencari motif lain di pengrajin lain. Perkembangan gaya hidup yang sangat cepat, menyebabkan batik Muria Kudus kesulitan mencari motif-motif lain yang digemari oleh pelanggan. Berdasarkan perumusan masalah di atas, kemudian muncul rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus?
2. Apakah ada pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus?

3. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus secara berganda?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus.
- 1.4.2. Menguji pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus.
- 1.4.3. Menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus.
- 1.4.4. Menguji pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Muria Batik Kudus secara berganda.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat diperoleh beberapa manfaat yaitu :

- 1.5.1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi untuk mengetahui faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk yang ditawarkan.

- 1.5.2. Mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan bidang pemasaran khususnya yang terkait dengan kualitas produk, inovasi produk, dan gaya hidup baik untuk peneliti selanjutnya yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi umum.

